

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk pemahaman perusahaan akan pentingnya tanggung jawab perusahaan dalam meminimalisir efek negatif yang timbul dari segala kebijakan dan aktifitas operasional perusahaan. saat ini perusahaan tidak hanya berorientasi pada laba saja, akan tetapi juga terhadap lingkungan sekitar perusahaan sehingga perusahaan akan tetap bertahan dimasa mendatang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity*, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel yang diambil adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2013 sampai 2016. Total sampel penelitian adalah 12 perusahaan dengan jumlah pengamatan sebanyak 48 yang ditentukan melalui *purposive sampling*. Metode analisis dari penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang diproksikan oleh ROE berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan koefisien regresi sebesar 2,050 dan tingkat signifikan sebesar 0,046, Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan koefisien regresi sebesar 5,270 dan tingkat signifikan sebesar 0,000 dan *leverage* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan koefisien regresi sebesar -3,311 dan tingkat signifikan sebesar 0,002. Pada koefisien determinasi (R^2) diketahui nilai R square sebesar 0,478 atau 47,8% yang berarti kemampuan variabel profitabilitas, *size* dan *leverage* dalam menjelaskan variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* masih rendah.

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility*.

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility is a form of corporate understanding of the importance of corporate responsibility in minimizing the negative influence which arises from all policies and operational activities of the company. Currently, the company is not only profit oriented, but also to the environment surround the company so that the company will survive in the future. The purpose of this research is to examine the influence of profitability which is proxy by return on equity, firm size and leverage to the Corporate Social Responsibility disclosure of food and beverage companies which are listed in Indonesia Stock Exchange.

The population is all companies which are listed in Indonesia Stock Exchange (IDX). The samples are food and beverage companies which are listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2013-2016 periods. The total samples are 12 companies with the numbers of observations are 48 which have been selected through purposive sampling. The method of analysis has been done by using multiple regressions analysis techniques and the SPSS application (Statistical Product and Service Solution) tools.

Based on the results, it can be concluded that the profitability which is proxy by the ROE give positive influence to the Corporate Social Responsibility disclosure with its regression coefficient of 2.050 and its significant level of 0.046, firm size give positive influence to the Corporate Social Responsibility disclosure with its regression coefficient of 5.270 and its significant level of 0,000 and leverage gives negative influence to the Corporate Social Responsibility disclosure with its regression coefficient of -3.311 and its significant level of 0.002. In the determination coefficient of (R^2) is has been found that R square value of 0.478 or 47.8% which means the ability of profitability, size and leverage in explaining the Corporate Social Responsibility disclosure is still low.

Keywords: Profitability, firm size, leverage, corporate social responsibility